

# LABORA

**JURNAL BISNIS**

ISSN 1410-2218

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PT MANUNGAL KARYA TIRTA)**

*Cecep Hidayat dan Rusli*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

*Wibawa Prasetya*

**PENGARUH MOTIVASI, KEPUASAN KERJA, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI (STUDI KASUS DI LAPAN)**

*Andrianto Widjaja dan Bernhard H. Sianipar*

**PENTINGNYA MOTIVASI DALAM PEMBINAAN PEGAWAI UNTUK MENCAPAI TUJUAN PERUSAHAAN**

*Sumarsid*

**MANFAAT BERINVESTASI DALAM BIDANG PENDIDIKAN**

*H. Daradjat Sukmadiningrat*

**ANALISIS DAMPAK PENYETORAN ANGSURAN PPH PS.25 WAJIB PAJAK BADAN YANG DILAPORKAN TEPAT WAKTU DAN JUMLAH WAJIB PAJAK BADAN AKTIF TERHADAP PENERIMAAN PPH PS.25 BADAN (STUDI KASUS DI KPP DEPOK)**

*Sudarmadji*

Vol. 10 No. 1

Juni  
2008



Sekolah Tinggi Manajemen

**LABORA**

School of Management

Vol. 10 No.1 Juni 2008

# LABORA

JURNAL BISNIS

ISSN 1410-2218

## Daftar isi

- ***Cecep Hidayat dan Rusli***  
Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus  
Pada PT Manunggal Karya Tirta).....1-10
- ***Wibawa Prasetya***  
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Konsumen.....11-21
- ***Andrianto Widjaja dan Bernhard H. Sianipar***  
Pengaruh Motivasi, Kepuasan Kerja, dan Disiplin Kerja  
Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Di Lapan).....22-35
- ***Sumarsid***  
Pentingnya Motivasi Dalam Pembinaan Pegawai Untuk  
Mencapai Tujuan Perusahaan..... 36-45
- ***H. Daradjat Sukmadiningrat***  
Manfaat Berinvestasi Dalam Bidang Pendidikan.....46-54
- ***Sudarmadji***  
Analisis Dampak Penyetoran Angsuran PPh Pasal 25  
Wajib Pajak Badan Yang Dilaporkan Tepat Waktu Dan  
Jumlah Wajib Pajak Badan Aktif Terhadap Penerimaan  
PPh Pasal25 Badan (Studi Kasus Di KPP Depok)..... 57-82



## Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Manunggal Karya Tirta) Cecep Hidayat<sup>1</sup> dan Rusli<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Customer need is the main focus of marketing concept and the ends is the profit through customer satisfaction. Customer satisfaction can be seen from its service quality and offered product. This study measures level of customer satisfaction on products and services in PT Manunggal Karya Tirta and determines factors of priority related to the level of satisfaction. The main theory used are product attribute, service quality dimension, gap analysis, and cartesius diagram model and uses descriptive analysis method with questionnaire as a main instrument. Population of the study is customer of PT Manunggal Karya Tirta and it takes 100 customers random sample as respondent. We use gap analysis between performance and importance, and cartesius diagram to decide the level satisfaction and the priorities. The result of this study (gap analysis) showed that the customers are rather satisfied (middle level) , but we suggest that PT Manunggal Karya Tirta may improve the priority factors that cause customer dissatisfaction.*

**Keywords :** *customer satisfaction, gap analysis, cartesius diagram*

### ABSTRAK

*Kebutuhan Pelanggan merupakan fokus utama dalam konsep pemasaran dan tujuan akhirnya adalah profit melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kualitas produk yang ditawarkan serta pelayanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada produk dan jasa yang diberikan oleh PT manunggal Karya Tirta dan menentukan faktor-faktor yang harus dijadikan prioritas perbaikan berkaitan dengan kepuasan tersebut. Teori utama yang digunakan adalah dimensi kepuasan pelanggan, analisis kesenjangan, dan model diagram kartesius. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument utama. Pupulasi penelitian adalah pelanggan air mineral produk PT manunggal Karya Tirta dan diambil 100 pelanggan secara acak sebagai responden. Dalam penelitian ini digunakan analisis kesenjangan dan diagram kartesius untuk menentukan tingkat kepuasan dan faktor-faktor prioritas perbaikan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa konsumen cukup puas, akan tatapi perusahaan harus tetap memperhatikan faktor-faktor yang harus dijadikan prioritas utama perbaikan.*

**Kata Kunci:** *kepuasan pelanggan, analisis kesenjangan, diagram kartesius*

<sup>1</sup> Jurusan Manajemen FE , Universitas Bina Nusantara, [ceceph1267@binus.ac.id](mailto:ceceph1267@binus.ac.id)

<sup>2</sup> Mahasiswa Jurusan manajemen FE, Universitas Bina Nusantara

## PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dari lima fungsi utama operasional suatu bisnis. Kebutuhan pelanggan merupakan fokus utama dalam konsep pemasaran dan tujuan akhirnya adalah keuntungan melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebuah perusahaan khususnya yang memproduksi barang dapat dilihat dari kualitas produk yang ditawarkan dan juga kualitas pelayanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran sampai seberapa jauh perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan yang berkaitan dengan produk dan berbagai aspek dalam pelayanan. Kepuasan pelanggan dapat digunakan juga sebagai ukuran tidak langsung keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Analisis kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk mengevaluasi keberadaan produk dan pelayanan yang tersedia sehingga akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Manfaat lain pengukuran kepuasan pelanggan perusahaan antara lain mengurangi biaya, meningkatkan pendapatan, memberikan informasi manajemen yang baik, meningkatkan produktivitas dan moral staf yang lebih baik, dan berbagai keuntungan lainnya.

PT Manunggal Karya Tirta merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi air mineral (ukuran *gallon*) dengan merek dagang Makata yang mencoba bersaing dengan beberapa merek air mineral yang telah mapan. Sehubungan dengan tuntutan perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat di tengah-tengah persaingan yang sangat kompetitif tersebut, perlu diadakan pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui apakah produk dan pelayanan masih sesuai kebutuhan pelanggan atau harus diperbaharui lagi. Bagaimanapun kepuasan pelanggan pada akhirnya turut menentukan tingkat profitabilitas sebagai salah satu tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian singkat yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengukur dan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap produk air mineral dan pelayanan PT Manunggal Karya Tirta. Disamping pengukuran kepuasan juga ingin diketahui faktor-faktor apa saja yang harus dijadikan prioritas perbaikan dalam menangani permasalahan kepuasan tersebut.

Dari uraian singkat latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan pokok sebagai berikut:

### Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap dengan produk dan pelayanan PT Manunggal Karya Tirta?
2. Faktor-faktor apa saja yang harus dijadikan prioritas utama perbaikan berkaitan dengan kepuasan pelanggan tersebut?



### Ruang Lingkup Penelitian

Variabel yang diukur adalah kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan PT Manunggal Karya Tirta. Data diambil dari para pelanggan yang mengkonsumsi produk air mineral PT Manunggal Karya Tirta. Kesenjangan (*gap*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *gap* eksternal (*gap* 5), yaitu membatasi diri hanya pada kesenjangan diantara kinerja perusahaan yang dirasakan responden dengan harapan responden terhadap kinerja perusahaan air mineral tersebut.

### Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk:

1. Mengetahui apakah pelanggan puas terhadap produk dan pelayanan yang telah diberikan PT Manunggal Karya Tirta.
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang harus dijadikan prioritas utama berkaitan dengan kepuasan pelanggan tersebut.

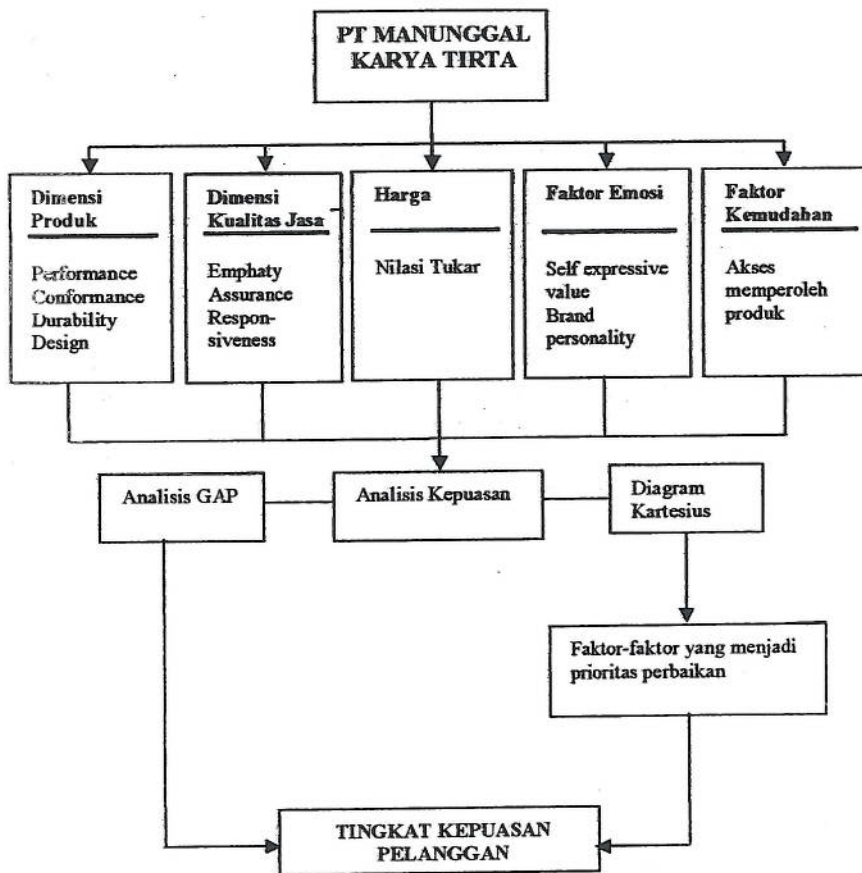
Adapun manfaat dari penelitian antara lain adalah:

1. Sebagai bahan masukan bagi manajemen perusahaan mengenai kebutuhan-kebutuhan pelanggan berkaitan dengan pelayanan dan produk air mineral.
2. Memberi rekomendasi yang dapat dipertimbangkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan air mineral PT Manunggal Karya Tirta.

### Kerangka Pemikiran

Pedoman dalam menentukan butir-butir pertanyaan yang digunakan mengukur kepuasan pelanggan digunakan empat dimensi kepuasan pelanggan dari Irawan (2002,p37), dan kepuasan/analisis kesenjangan dari Kotler (2003,p61), dan diagram kartesius dari Supranto (2004,p72).

Analisis kesenjangan (*gap analysis*) dalam penelitian ini bertitik tolak dari definisi kepuasan (Kotler) yang pada intinya merupakan kesenjangan antara kinerja dan harapan. Karena menggunakan analisis kesenjangan dalam mengukur kepuasan, maka butir-butir pertanyaan tersebut dikategorikan ke dalam dua kelompok yaitu kelompok kinerja (*performance*) dan kelompok harapan (*importance*) yang pada akhirnya menghasilkan skor nilai kesenjangan (negatif atau positif). Nilai kesenjangan negatif menunjukkan ketidakpuasan, dan nilai kesenjangan positif menunjukkan kepuasan. Dari nilai-nilai kinerja dan harapan tersebut juga dapat dipetakan kedalam sebuah diagram yang bernama Diagram Kartesius. Dari diagram inilah pada akhirnya diketahui faktor-faktor yang menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki berkaitan dengan variabel kepuasan. Secara ringkas analisis kepuasan dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran pada gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

### Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah **deskriptif analisis** dengan tujuan untuk mengetahui variabel mandiri (satu variabel) yaitu kepuasan pelanggan berkaitan dengan produk dan pelayanan PT Manunggal Karya Tirta. Deskriptif dalam penelitian ini maksudnya adalah mencoba memaparkan hasil pengukuran variabel kepuasan pelanggan sehingga sampai pada kesimpulan tentang kepuasan pelanggan. Analisis maksudnya adalah dari hasil pemaparan tersebut mencoba menganalisa dan menentukan variabel-variabel mana yang bisa dijadikan prioritas utama perbaikan bagi perusahaan berkaitan dengan hasil kepuasan atau ketidakpuasan yang diperoleh.



Populasi penelitian yaitu keseluruhan pelanggan air mineral produk PT Manunggal Karya Tirta dan dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 100 pelanggan secara acak sebagai responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel acak sederhana (*simple-random sampling*). Sumber data utama penelitian ini adalah data primer (responden / pelanggan air mineral produksi PT manunggal karya Tirta) dengan instrumen utama kuesioner. Untuk memudahkan pemahaman responden tentang kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*), maka digunakan pedoman kuesioner yang dikemukakan oleh Remenyi (Remenyi, 2003, p-L7)

Data dianalisis dengan menggunakan analisis kesenjangan (*gap analysis*), dan diagram kartesius. Pengujian validitas dan reliabilitas instrument dilakukan terhadap 30 responden (di luar sampel). dengan menggunakan uji validitas *Product Moment* dan uji reliabilitas *Alpha Cronbach*.

Fokus perhatian penelitian adalah pelanggan air mineral produk PT Manunggal Karya Tirta. Waktu penelitian berlangsung dari tanggal 31 Januari sampai dengan 30 Maret 2007.

## PEMBAHASAN

### Pengolahan Terhadap Data yang Terkumpul

Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada 100 responden pelanggan PT Manunggal Karya Tirta. Dari 100 kuesioner yang disebar, diperoleh data yang valid sebanyak 100 kuesioner (100%) yang semuanya dikembalikan dan dianggap layak digunakan sebagai data penelitian karena semua responden mengisi secara lengkap dan sesuai dengan petunjuk pengisian.

Kuesioner ini terdiri dari dua bagian utama untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap produk dan kualitas pelayanan, yaitu bagian pertama kinerja PT Manunggal Karya Tirta, bagian kedua harapan pelanggan terhadap produk dan pelayanan perusahaan air mineral tersebut. Indikator-indikator utama pertanyaan yang mewakili lima dimensi kepuasan pelanggan adalah seperti terlihat dalam tabel 2.

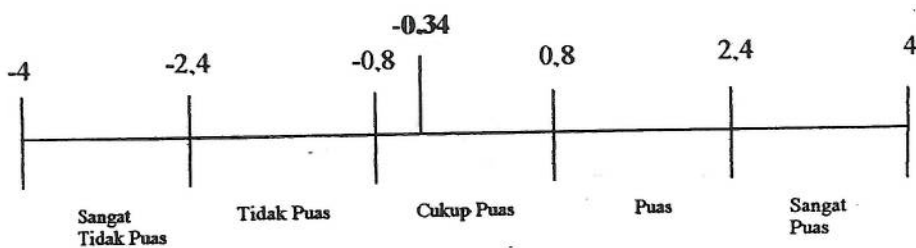
Untuk mengetahui validitas butir pertanyaan dari kuesioner maka dilakukan pengujian dengan menggunakan metode *product moment*. Sedangkan untuk mengetahui reliabilitas kuesioner dilakukan pengujian dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Perhitungan tersebut digunakan dengan bantuan SPSS versi 12.0 for windows. Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 responden (di luar responden 100 utama). Hasil pengujian validitas dengan tingkat signifikansi 5%

diperoleh bahwa seluruh butir pertanyaan valid ( di atas angka  $r$  tabel sebesar 0,165). Hasil pengujian reliabilitas diperoleh nilai *alpha* sebesar 0,796 untuk instrumen kinerja dan 0,855 untuk instrumen kepentingan . Setelah melakukan perhitungan dan didapatkan kuesioner yang telah *valid* dan *reliable* maka kuesioner tersebut disebarkan kepada 30 responden untuk mengukur kepuasan pelanggan.

### Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan kesenjangan (*gap*) dengan penggunaan skala likert dapat di tunjukan bahwa dari keseluruhan indikator yang diteliti berada pada tingkat cukup puas (-0,34). Pada tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa dimensi harga memiliki *gap* yang paling besar dari antara indikator lainnya yaitu sebesar -0.68, hal ini menunjukan kinerja dari perusahaan masih dirasakan kurang baik oleh konsumen. Sehingga indikator-indikator dari dimensi ini hendaknya menjadi prioritas perusahaan dalam melakukan perbaikan-perbaikan dimasa yang akan datang untuk terus memperbaiki kinerja. Sedangkan dimensi produk memiliki GAP yang paling kecil diantara dimensi lainnya yaitu sebesar -0,21, sehingga dimensi ini hendaknya terus dipertahankan oleh perusahaan. Dan dari hasil penelitian ini diperoleh hasil keseluruhan *gap* dalam penelitian ini yaitu sebesar -0.34, sehingga dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan PT Manunggal Karya Kita adalah cukup puas, berdasarkan pembagian ke dalam 5 kelas interval (gambar 2).

Data dari hasil analisis kesenjangan per pertanyaan, dimensi, dan secara keseluruhan dapat dilihat dari tabel 1 berikut:



**Gambar 2**  
**Hasil GAP dengan Skala Likert**  
*Sumber : Hasil pengolahan kuesioner*



Tabel 1  
Rangkuman Analisis Kesenjangan

No.	Per-pertanyaan			Per Dimensi			GAP keseluruhan		
	Kinerja	Harapan	GAP	Ket.	Kinerja	Harapan	GAP	Ket.	
1	3,5	3,68	-0,18	Cukup Pias	3,48	3,69	-0,21	Cukup puas	
2	3,58	3,64	-0,06	Cukup Pias					
3	3,64	3,71	-0,07	Cukup Pias					
4	3,67	3,74	-0,07	Cukup Pias					
5	3,39	3,78	-0,39	Cukup Pias					
6	3,3	3,68	-0,38	Cukup Pias					
7	3,24	3,68	-0,44	Cukup Pias					
8	3,52	3,57	-0,05	Cukup Pias					
9	3,38	3,75	-0,37	Cukup Pias	3,32	3,63	-0,31	Cukup puas	
10	3,38	3,75	-0,37	Cukup Pias					
11	3,23	3,51	-0,28	Cukup Pias					
12	3,42	3,61	-0,19	Cukup Pias					
13	3,21	3,5	-0,29	Cukup Pias					
14	3,29	3,64	-0,35	Cukup Pias					
15	3,24	3,63	-0,39	Cukup Pias					
16	3,38	3,56	-0,18	Cukup Pias					
17	2,68	3,62	-0,94	Cukup Pias	3,31	3,60	0,29	Cukup puas	
18	2,79	3,64	-0,85	Cukup Pias					
19	2,86	3,46	-0,60	Cukup Pias					
20	3,18	3,51	-0,33	Cukup Pias	2,88	3,56	-0,68	Cukup puas	
21	3,31	3,61	-0,30	Cukup Pias					
22	3,24	3,43	-0,19	Cukup Pias					
					3,25	3,59	-0,34	Cukup Pias	

Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner

### Analisis Diagram Kartesius

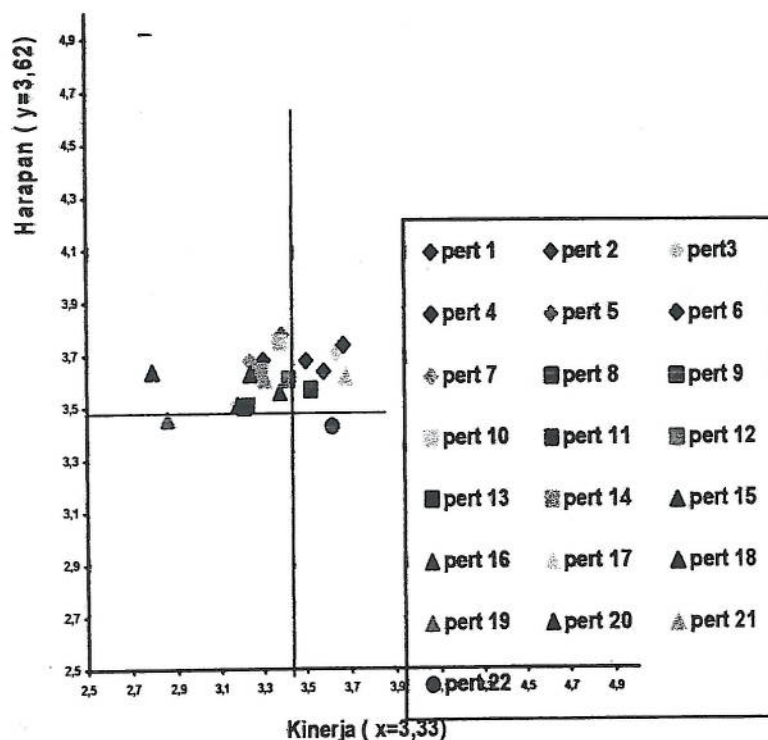
Hasil jawaban 100 responden terhadap 22 butir pertanyaan tentang kinerja dan harapan mereka mengenai produk dan pelayanan PT Manunggal Karya Tirta adalah seperti terlihat dalam tabel. Skor rata-rata kinerja dan rata-rata harapan adalah dasar utama bagi pemetaan dalam diagram kartesius.

No	Indikator Kepuasan Pelanggan Terhadap produk dan pelayanan	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	Rata-rata Kinerja	Rata-rata Kepentingan	Kuadran
1	Volume air Makata	350	368	3.5	3.68	B
2	Variasi ukuran kemasan air Makata	358	364	3.58	3.64	B
3	Standar kesehatan air Makata	364	371	3.64	3.71	B
4	Tingkat Kejernihan Air Makata	367	374	3.67	3.74	B
5	Daya tahan air Makata	339	378	3.39	3.78	B
6	Keawetan air Makata	330	368	3.3	3.68	B
7	Disain kemasan air Makata	324	368	3.24	3.68	A
8	Tingkat keamanan disain kemasan air Makata	352	357	3.52	3.57	D
9	Kebersediaan PT Makata menerima masukan dari Konsumen	338	375	3.38	3.75	B
10	Kepedulian PT Makata terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan	338	375	3.38	3.75	B
11	Tingkat pengetahuan karyawan akan produk	323	351	3.23	3.51	C
12	Keramahtamahan karyawan dalam pelayanan	342	361	3.42	3.61	D
13	Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan	321	350	3.21	3.5	C
14	Kemampuan karyawan menangani keluhan konsumen	329	364	3.29	3.64	A
15	Tingkat harga air Makata	324	363	3.24	3.63	A
16	Kesesuaian harga dengan kualitas air makata	338	356	3.38	3.56	D
17	Kebanggaan mengkonsumsi air Makata	268	362	2.68	3.62	C
18	Tingkat pengenalan air Makata di mata pelanggan	279	364	2.79	3.64	A
19	Kesan ( <i>image</i> ) pelanggan terhadap air Makata	286	346	2.86	3.46	C
20	Kemudahan diingat merek air Makata	318	351	3.18	3.51	C
21	Kemudahan memperoleh air Makata	331	361	3.31	3.61	D
22	Kecepatan dalam pengantaran air Makata	324	343	3.24	3.43	C
	<b>Rata-rata</b>			<b>3.25</b>	<b>3.59</b>	

**Tabel 2. Rata-rata kinerja dan kepentingan tentang kualitas produk dan pelayanan PT Manunggal Karya Tirta**



Dari hasil analisis GAP (kesenjangan) diatas, maka tingkat kepentingan dan kinerja (pelaksanaan) terhadap kepuasan konsumen dapat digambarkan dalam diagram kartesius seperti yang terdapat dibawah ini :



**Gambar 3**  
**Hasil perhitungan dengan Diagram Kartesius**  
*Sumber: Hasil Pengolahan Kuesioner*

Sesuai dengan ruang lingkup dan tujuan penelitian, maka yang menjadi fokus perhatian dari diagram kartesius ini adalah indikator-indikator dimensi kualitas produk dan jasa yang berada di kuadran A.

Dalam kuadran ini perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah: Disain kemasan air Makata (7), Kemampuan karyawan menangani keluhan konsumen (14), Tingkat harga air Makata (15), Tingkat pengenalan air Makata di mata pelanggan (18).

## DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Handi (2002), *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Kotler Philip (2003), *Marketing Management*, International Edition, Prentice hall, Person Education International.
- Remenyi, Dan; Money, Arthur dan Sherwood-Smith, Michael.(2001), *The Effective Measurement and Management of IT Costs and Benefits*, Second Edition. Butterworth Heinemann. Oxford
- Rangkuti, Freddy (2002), *Riset pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Supranto, J (2003) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan; untuk menaikkan pangsa pasar*, Edisi baru Rineka Cipta, Jakarta.